SCIENCE, TECHNOLOGIE ET INNOVATION

INSTITUT
DE LA STATISTIQUE
DU QUÉBEC

www.stat.gouv.qc.ca

Bulletin
S@voir.stat

Mars 2014 | Volume 14, numéro 2

Prochain bulletin *S@voir.stat*

Le prochain numéro du bulletin portera sur les dépenses en R-D du secteur de l'État.

Nouvelles publications et données

Consultables sur notre site Web :
www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/index.html

Mise à jour des tableaux :

- Utilisation d'Internet par les individus
- Branchement des ménages à Internet
- Dépenses en recherche et développement
- Brevets d'invention et brevets triadiques
- Publications scientifiques en SNG

Publication :

- L'innovation dans les entreprises du Québec et du Canada

L'utilisation d'Internet à des fins personnelles au Québec en 2012

Points saillants

- En 2012, le taux d'utilisation d'Internet à des fins personnelles à partir de n'importe quel endroit par les Québécois de 16 ans et plus se chiffre à 80,7 %, tandis que pour l'ensemble du Canada, il se situe à 83,4 %.
- Les provinces de l'Ouest affichent des proportions d'internautes plus fortes que dans les Maritimes. En particulier, le taux d'utilisation le plus élevé se trouve en Colombie-Britannique (86,8 %) et le plus faible à Terre-Neuve-et-Labrador (76,9 %).
- La proportion d'internautes québécois qui a commandé un bien ou un service en ligne en 2012 s'élève à 53,5 %, soit une augmentation de 15,8 % par rapport à 2010. Au Canada, la proportion est passée de 51,0 % à 55,7 %.
- Près de la moitié des consommateurs en ligne ont commandé des billets pour des spectacles (44,5 %) ou des arrangements de voyage (43,0 %). Il s'agit des produits achetés par les plus grandes proportions d'individus québécois. On observe le même phénomène au Canada et en Ontario.
- La valeur totale des commandes passées en ligne par les Québécois s'élève à 3,1 milliards de dollars en 2012. Près de neuf consommateurs sur dix ont payé à l'aide d'une carte de crédit (89,1 %).

Table des matières

Le taux d'utilisation d'Internet s'élève à 80,7 % au Québec 2
Un peu plus de la moitié des internautes québécois pratiquent le commerce électronique 3
Les deux tiers des internautes ont commandé un produit livré directement sur Internet 4
Plus de la moitié des Québécois ont acheté un bien ou service en ligne à un vendeur étranger 5
Les Québécois ont dépensé 3,1 milliards de dollars en ligne 6
Tableau récapitulatif des indicateurs en science, technologie et innovation 8

Québec

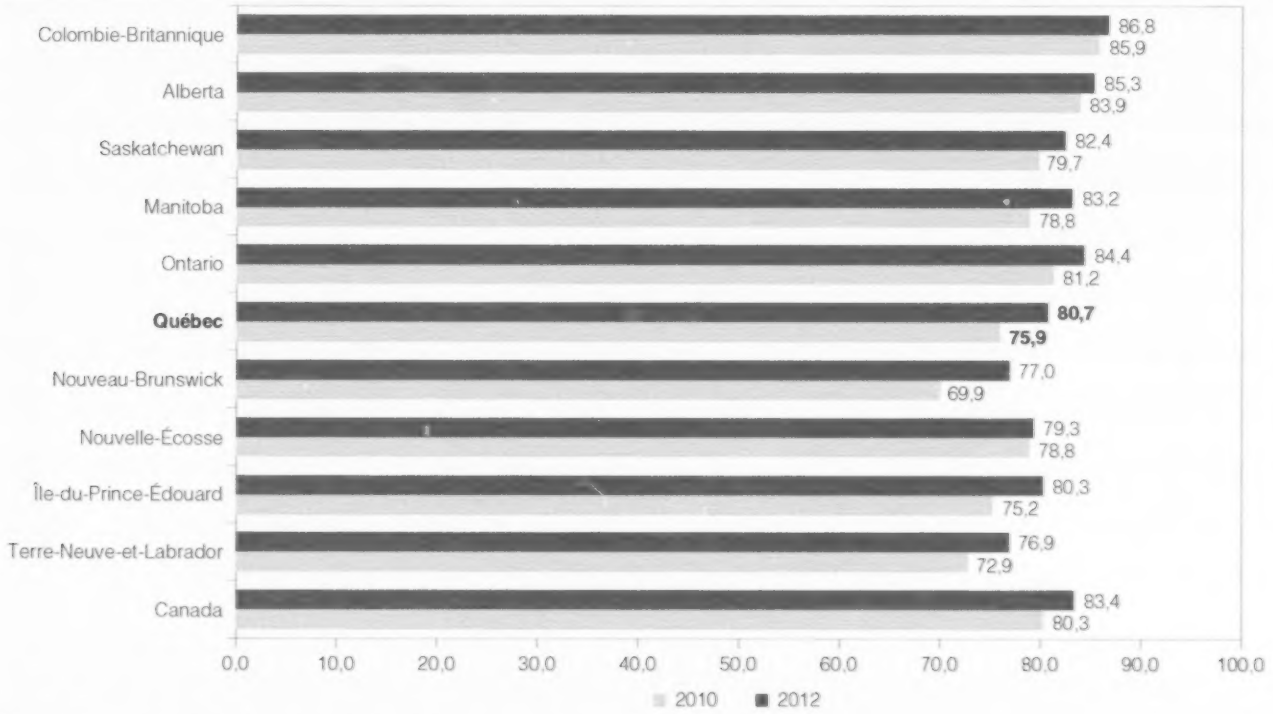
Le taux d'utilisation d'Internet s'élève à 80,7 % au Québec

Selon les résultats de l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, on compte huit Québécois sur dix qui utilisent Internet à des fins personnelles, peu importe l'endroit (80,7 %). Ce taux est le sixième moins élevé dans l'ensemble du Canada, où 83,4 % des individus de 16 ans et plus sont des utilisateurs d'Internet. Les endroits où l'on observe les plus grandes proportions d'internautes sont situés dans l'ouest du pays, tandis que les taux d'utilisation moins élevés se trouvent dans les provinces de l'Atlantique. Ainsi, la Colombie-Britannique (86,8 %), l'Alberta (85,3 %) et l'Ontario (84,4 %) sont les trois provinces où l'on rencontre les plus fortes proportions d'internautes, suivies du Manitoba (83,2 %) et de la Saskatchewan (82,4 %). À l'inverse, la Nouvelle-Écosse (79,3 %), le Nouveau-Brunswick (77,0 %) et Terre-Neuve-et-Labrador (76,9 %) affichent les taux d'utilisation les plus bas. Enfin, le taux de l'Île-du-Prince-Édouard, se chiffre à 80,3 %, soit tout juste 0,4 de pourcentage en deçà de celui québécois.

La proportion d'individus qui utilise Internet a augmenté dans les dix provinces canadiennes. En 2010, 75,9 % des Québécois et 80,3 % des Canadiens de 16 ans et plus étaient des internautes. L'ordre entre les provinces était quelque peu différent : le Québec se situait au septième rang quant au taux d'utilisation d'Internet et le Nouveau-Brunswick était la province comptant la plus faible proportion d'internautes. Cette dernière a d'ailleurs connu la plus forte croissance du taux d'utilisation entre 2010 et 2012 (+7,1 points de pourcentage). À titre indicatif, l'augmentation sur la période est de 4,8 points de pourcentage pour le Québec et 3,1 pour le Canada.

Figure 1

Taux d'utilisation d'Internet à des fins personnelles à partir de n'importe quel endroit par les individus, Québec, autres provinces et Canada, 2010 et 2012



Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010 et 2012.

Le taux d'utilisation varie selon certains facteurs socioéconomiques, dont le sexe et l'âge. Ainsi, la proportion d'internautes masculins dépasse celle féminine de quelques points de pourcentage en 2012 (+ 1,5 point de pourcentage), tout comme en 2010 (+ 3,1 points). L'écart s'est néanmoins amoindri entre les deux sexes. En ce qui concerne l'âge, on observe des taux d'utilisation plus élevés dans les tranches d'âge plus jeunes. En effet, les personnes de 16 à 24 ans (99,4 %) et de 25 à 34 ans (98,0 %) utilisent presque toutes Internet, tandis que moins de la moitié des individus de 65 ans et plus (42,7 %) sont des internautes. On remarque cependant une forte augmentation dans les groupes plus âgés relativement à 2010 : le taux d'utilisation des personnes de 55 à 64 ans est passé de 63,6 % à 76,8 % et celui des 65 ans et plus de 31,8 % à 42,7 %. Cela porte à croire que l'effet de l'âge sur l'utilisation d'Internet devrait diminuer avec le temps.

Tableau 1

Taux d'utilisation d'Internet à des fins personnelles à partir de n'importe quel endroit par les individus, selon certains facteurs socioéconomiques, Québec, 2010 et 2012

	2010	2012
	%	
Sexe		
Homme	77,5	81,4
Femme	74,4	79,9
Groupe d'âge		
De 16 à 24 ans	98,3	99,4
De 25 à 34 ans	95,0	98,0
De 35 à 44 ans	91,0	93,7
De 45 à 54 ans	82,1	82,5
De 55 à 64 ans	63,6	76,8
65 ans et plus	31,8	42,7
Tous individus	**75,9**	**80,7**

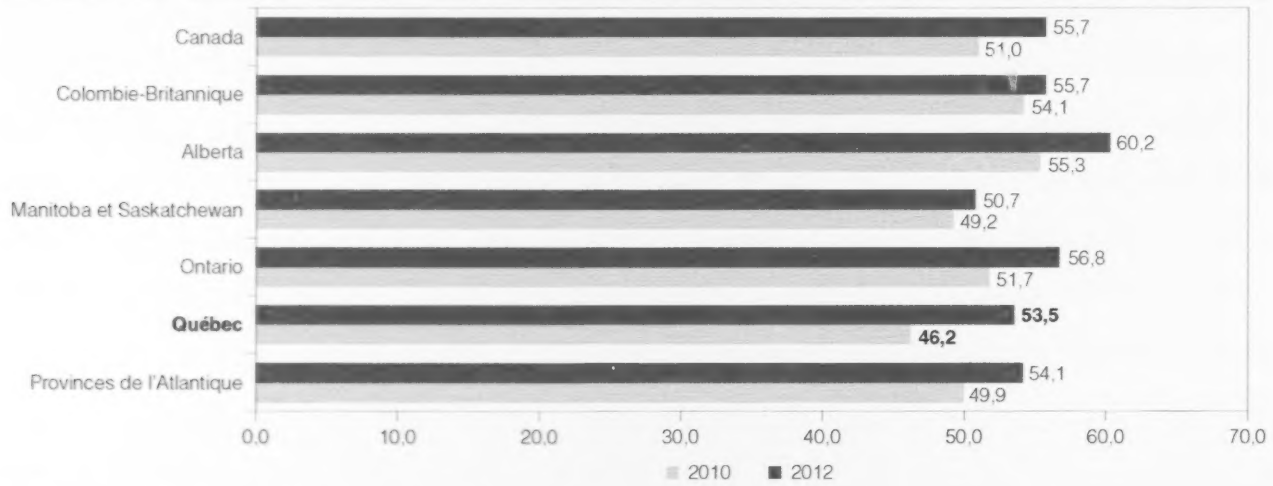
Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010 et 2012.

Un peu plus de la moitié des internautes québécois pratiquent le commerce électronique

Les internautes exercent plusieurs activités en ligne, dont le courrier informatique, l'écoute de musique, le magasinage en ligne et le commerce électronique. Cette dernière activité est pratiquée par plus de la moitié des internautes québécois (53,5 %) et canadiens (55,7 %). Il s'agit d'une hausse de 7,3 et de 4,7 points de pourcentage relativement à 2010. La province où l'on rencontre la plus forte proportion d'internautes qui ont commandé un produit ou un service en ligne est l'Alberta, autant en 2012 (60,2 %) qu'en 2010 (55,3 %). À l'inverse, dans les provinces du Manitoba et de la Saskatchewan, 50,7 % des internautes pratiquent cette activité en 2012, soit le plus faible taux au Canada.

Figure 2

Proportion d'individus ayant commandé un produit ou service en ligne, Québec, autres provinces et Canada, 2010 et 2012



Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010 et 2012.

La proportion d'individus qui commandent des biens et services en ligne varie selon certains facteurs comme l'âge, le sexe, le revenu du ménage et le niveau de scolarité. Ainsi, on remarque que les hommes (57,8 %) sont en plus grande proportion à acheter en ligne comparativement aux femmes (49,2 %). L'effet de l'âge est quelque peu différent pour la pratique du commerce électronique comparativement au taux d'utilisation. Certes, les internautes plus âgés sont moins nombreux à acheter en ligne comparativement aux plus jeunes. Toutefois, la proportion des 25 à 34 ans qui ont commandé sur Internet (69,4 %) est plus élevée que celle des 16 à 24 ans (56,3 %). Cela s'explique notamment par le fait que les individus plus jeunes ont en général moins de revenu. Le tableau 2 nous montre précisément le lien entre le commerce électronique et le revenu du ménage : les individus faisant partie de ménages situés dans les quintiles de revenus les moins élevés pratiquent nettement moins le commerce électronique que les autres. À titre d'exemple, 35,8 % des individus dont le revenu du ménage se trouve dans le premier quintile ont acheté en ligne, tandis que cette proportion est de 70,4 % pour ceux dont le revenu se situe dans le dernier quintile. Il faut cependant noter que l'écart entre les proportions selon le revenu du ménage a diminué entre 2010 et 2012. Enfin, la proportion de consommateurs en ligne varie également selon le niveau de scolarité, qui est d'ailleurs une variable reliée au niveau de revenu dans le ménage. Les individus moins instruits sont moins nombreux à acheter en ligne (34,2 %) que ceux qui détiennent un diplôme universitaire (64,6 %).

Tableau 2

Proportion d'individus[1] ayant commandé un produit ou service en ligne, selon différents facteurs socioéconomiques, Québec, 2010 et 2012

	2010	2012
	%	
Sexe		
Homme	48,6	57,8
Femme	43,8	49,2
Groupe d'âge		
De 16 à 24	44,7	56,3
De 25 à 34	58,2	69,4
De 35 à 44	51,6	56,4
De 45 à 54	43,4	54,3
De 55 à 64	37,0	42,2
65 ans et plus	27,4	28,0
Niveau de scolarité		
Études secondaires ou moins	30,5	34,2
Études collégiales ou certificat universitaire	47,1	57,6
Diplôme universitaire	61,7	64,6
Quintile de revenu du ménage[2,3]		
1er quintile	32,5	35,8
2e quintile	34,6	41,4
3e quintile	42,0	49,9
4e quintile	52,8	60,5
5e quintile	59,8	70,4
Tous individus	**46,2**	**53,5**

1. Les individus âgés de 16 ans et plus qui ont utilisé Internet à des fins personnelles au cours des 12 derniers mois.
2. La répartition des quintile est définie en fonction de la distribution de revenu familial de 2011 pour l'année 2012 et selon le revenu familial de 2009 pour l'année 2010.
3. Afin d'obtenir des chiffres pondérés égaux dans chaque catégorie, les cas où les revenus équivalent aux limites des catégories ont été attribués au hasard à l'une des deux catégories de chaque côté de la limite.

Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010 et 2012.

Les deux tiers des internautes ont commandé un produit livré directement sur Internet

Il est possible de commander une foule de produits en ligne, allant de l'ameublement ménager à des billets d'avion et une grande partie de ces produits sont livrés directement sur Internet. En 2012, 66,4 % des consommateurs québécois ont acheté des produits livrés en ligne. On pense entre autres à des billets pour des spectacles (44,5 %), de la musique (33,3 %), des livres, revues ou journaux (31,5 %) et des frais d'abonnement ou d'inscription (27,0 %). Dans l'ensemble du Canada, 73,6 % des internautes ont acheté des produits livrés en ligne, alors qu'en Ontario, cette proportion s'élève à 76,8 %, soit deux taux nettement plus élevés que celui du Québec.

Les autres produits populaires auprès des consommateurs québécois sont des arrangements de voyage (43,0 %), des vêtements, bijoux ou accessoires (36,8 %), mais dans une moindre mesure que ce qu'on observe au Canada (respectivement 58,3 % et 42,2 %) et en Ontario (respectivement 64,2 % et 42,7 %). Par ailleurs, environ le cinquième des internautes du Québec qui ont commandé un produit sur Internet ont acheté des biens de consommation électroniques (21,9 %), des jouets ou des jeux (19,2 %) et du matériel informatique (18,8 %). Ces proportions se rapprochent de celles que l'on rencontre chez les consommateurs canadiens et ontariens.

Tableau 3

Proportion d'individus[1] utilisant Internet ayant commandé un produit ou service en ligne, selon le type d'achat, Québec, Ontario et Canada, 2012[1]

	Canada	Québec	Ontario
		%	
Logiciel	24,1	22,2	25,6
Musique	35,0	33,3	35,3
Livres revues journaux en ligne	41,7	31,5	46,4
Vidéos ou DVD	21,6	15,4	25,0
Frais d abonnement ou d inscription	34,9	27,0	39,3
Certificats ou cartes cadeaux	17,4	17,3	18,5
Billets pour des spectacles	51,5	44,5	56,1
Produits en ligne ayant été livrés directement sur Internet[2]	73,6	66,4	76,8
Matériel informatique	14,9	18,8	15,4
Aliments ou boissons	17,8	7,8	24,0
Médicaments ou produits d ordonnance	5,7	4,3	5,8
Autres produits de santé ou de beauté	14,9	10,6	16,3
Vêtements bijoux ou accessoires	42,2	36,8	42,7
Ameublements	12,4	8,5	13,8
Biens de consommation électroniques	21,6	21,9	24,2
Arrangements de voyage	58,3	43,0	64,2
Équipements sportifs	11,2	10,2	10,4
Jouets et jeux	20,8	19,2	21,3
Articles de rénovation ou de jardinage	7,0	4,2	7,4
Services photographiques	14,9	10,7	17,0
Autres biens ou services[3]	23,8	19,8	25,7

1. Les consommateurs en ligne comprennent les individus de 16 ans et plus qui utilisent Internet pour commander des biens ou des services à des fins personnelles ou pour utilisation par le ménage, au cours des douze derniers mois, à partir de n'importe quel endroit. Les commandes peuvent ou non avoir été payées en ligne. Les commandes effectuées à des fins commerciales sont exclues.

2. Il s'agit des consommateurs en ligne qui ont commandé au moins un des types de produits suivants : logiciels, musiques (par exemple, CD, mp3), livres, magazines, journaux en ligne, des vidéos ou des DVD, frais d'abonnement ou frais d'inscription (par exemple : clubs de santé, frais de scolarité, abonnements de télévision en ligne), certificats cadeaux ou cartes cadeaux, billets pour des spectales.

3. Comprend les « fleurs » et « produits de l'automobile ».

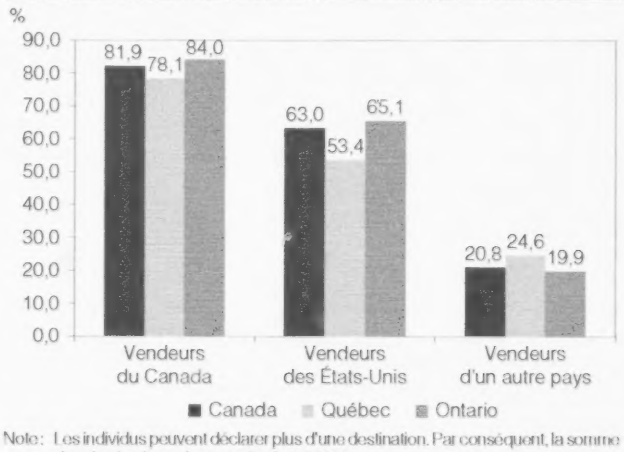
Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2012

Plus de la moitié des Québécois ont acheté un bien ou service en ligne à un vendeur étranger

Le commerce électronique peut se faire avec des vendeurs de divers endroits à travers le monde. Ainsi, 53,4 % des individus ont commandé des biens ou services auprès de vendeurs américains et 24,6 % auprès de vendeurs d'autres pays en 2012. Néanmoins, la plupart des biens proviennent du Canada, étant donné que près de huit internautes sur dix ont acheté un produit en ligne d'un vendeur national. On observe le même phénomène en Ontario et dans l'ensemble du Canada, à l'exception que les vendeurs américains semblent davantage prisés dans ces régions. En effet, 65,1 % des utilisateurs d'Internet ontariens ont commandé un produit en ligne provenant des États-Unis et 63,0 % des internautes canadiens l'ont fait. À l'inverse, on compte moins d'Ontariens (19,9 %) et de Canadiens (20,8 %) qui ont commandé des produits venant de pays autres, comparativement aux Québécois.

Figure 3

Proportion d'individus ayant commandé un produit ou service en ligne selon la destination , Québec, Ontario et Canada, 2012



Note : Les individus peuvent déclarer plus d'une destination. Par conséquent, la somme des destinations n'est pas égale à 100 %.

Source : Statistique Canada, totalisation spéciale, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2012.

Les Québécois ont dépensé 3,1 milliards de dollars en ligne

Un total de 30,0 millions de commandes a été effectué en ligne en 2012 au Québec. En 2010, ce nombre s'élevait à 19,3 millions, ce qui représente une augmentation de 55,7 % sur la période. Il s'agit de la hausse la plus importante au Canada. En effet, dans l'ensemble du pays, le nombre de commandes est passé de 113,8 millions en 2010 à 164,5 millions en 2012, soit une hausse de 44,6 %. La population de l'Alberta qui est pourtant celle pratiquant le plus le commerce électronique a effectué 20,2 millions de commandes, ce qui constitue une croissance de seulement 32,7 % par rapport à 2010.

La pratique du commerce électronique est une activité qui engendre d'importantes dépenses. En 2012, le montant dépensé par les consommateurs en ligne québécois s'élève à 3,1 milliards de dollars, soit 27,2 % de plus qu'en 2010 (2,5 G$). Dans l'ensemble du Canada, les internautes ont dépensé 18,9 milliards de dollars, ce qui constitue une augmentation de 24,0 %. L'Ontario est la province qui a le plus dépensé en ligne en 2012 (8,0 G$) et dont l'augmentation par rapport à 2010 est la plus forte (35,9 %). Ce montant élevé s'explique par la population plus nombreuse de la province, car la valeur moyenne déboursée par consommateur n'est pas beaucoup plus importante en Ontario (1 526,9 $) que dans l'ensemble du Canada (1 451,5 $). De leur côté, les Québécois qui ont commandé en ligne ont dépensé en moyenne 1 098,5 $, ce qui en fait le plus petit montant dans l'ensemble du Canada.

Le mode de paiement le plus utilisé par les Québécois qui ont commandé un bien ou service sur Internet est la carte de crédit. En effet, près de neuf internautes sur dix affirment avoir utilisé leur carte de crédit pour payer leurs achats (89,1 %). Ce phénomène n'est ni nouveau, la proportion se chiffrait à 85,4 % en 2010, ni différent des autres provinces. Dans l'ensemble du Canada et en Ontario, respectivement 90,4 % et 92,0 % des individus utilisent cette méthode de paiement. Paypal, Google Checkout ou d'autres services de paiement en ligne sont également utilisés par les consommateurs en ligne du Québec, mais dans une proportion moindre (37,3 %). Les autres modes de paiement que l'on observe semblent très peu populaires au Québec : utilisation des points de programme de récompense ou de primes (7,9 %), carte de débit ou virement bancaire électronique en ligne (6,6 %), carte-cadeau prépayée ou un coupon en ligne (6,5 %). En outre, 5,9 % des internautes québécois ont acheté un produit en ligne, mais n'ont pas effectué le paiement sur Internet. En fait, le commerce électronique n'implique pas nécessairement que le paiement se fasse directement en ligne.

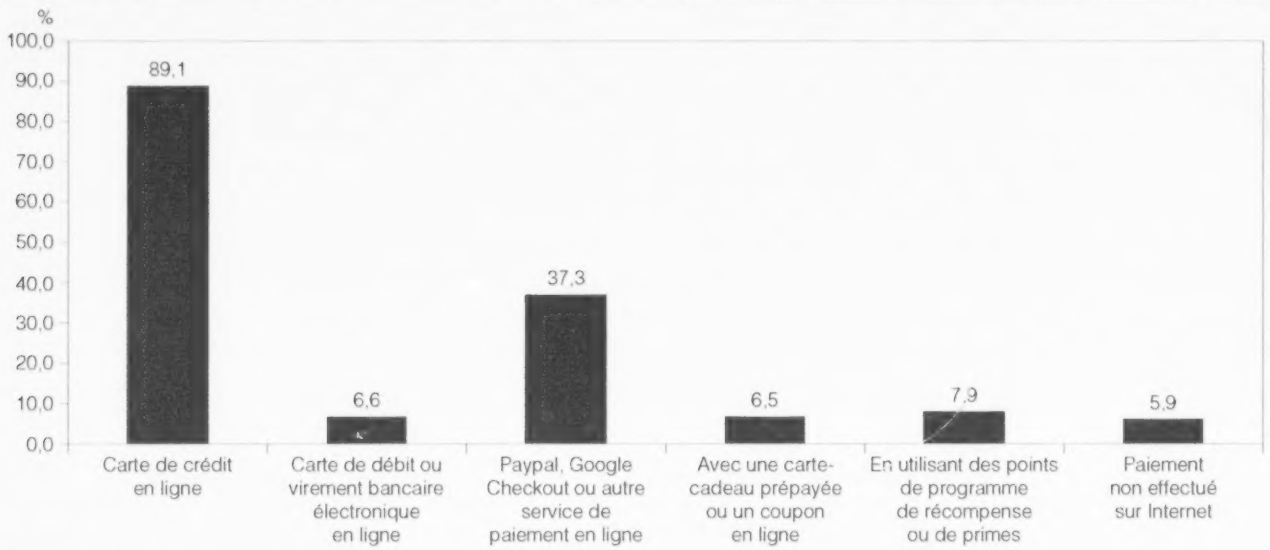
Tableau 4
Commandes électroniques[1], Québec, autres provinces et Canada, 2010 et 2012

	Nombre de commandes (k)		Valeur des commandes (k)	
	2010	2012	2010	2012
Provinces de l'Atlantique	6 643,9	10 031,9	840 142,6	1 078 201,6
Québec	**19 252,3**	**29 966,7**	**2 449 838,6**	**3 115 046,4**
Ontario	48 522,5	69 188,3	5 908 044,0	8 030 219,5
Manitoba et Saskatchewan	6 608,7	9 611,8	893 816,9	1 037 437,6
Alberta	15 183,2	20 153,6	2 469 905,7	2 625 866,5
Colombie-Britannique	17 573,7	25 566,9	2 702 449,7	3 048 114,4
Canada	**113 784,4**	**164 519,2**	**15 264 197,4**	**18 934 886,0**

Source : Statistique Canada, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010 et 2012.

Figure 4

Modes de paiement utilisés par les individus qui ont fait des commandes électroniques, Québec, 2012



Source : Statistique Canada, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2012.

Source de données et définitions

Les données présentées dans ce bulletin proviennent du volet de l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* (ECUI) de Statistique Canada qui porte sur l'utilisation d'Internet par les individus. Cette enquête comprend également un volet qui s'intéresse au branchement des ménages à Internet.

L'ECUI a été menée auprès de 22 615 individus âgés de 16 ans et plus dont 4 052 résidaient au Québec. Les résidants du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut, les pensionnaires d'établissements (par exemple, les détenus des établissements pénitentiaires et les patients d'hôpitaux ou d'établissements de soins infirmiers institutionnalisés pendant plus de six mois), les personnes vivant dans les réserves indiennes et les membres à temps plein des Forces armées canadiennes sont exclus de l'enquête.

Indicateurs en science, technologie et innovation au Québec

	Unité	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Dépenses intérieures brutes au titre de la R-D (DIRD)	M$	6 748	6 968	7 248	7 267	7 906	7 971	8 118	7 872	7 928	7 888
Ratio DIRD/PIB	%	2,79	2,78	2,76	2,67	2,80	2,61	2,59	2,49	2,40	2,28
DIRD par habitant	$	907	931	962	958	1 036	1 036	1 046	1 004	1 000	985
DIRD selon le secteur d'exécution :											
État (DIRDET)	%	7,7	6,4	6,2	7,4	6,8	5,7	6,3	5,9	5,2	4,9
Entreprises commerciales (DIRDE)	%	61,5	59,9	59,7	57,4	61,1	61,2	59,1	60,4	59,2	59,2
Enseignement supérieur (DIRDES)	%	30,7	33,7	34,0	35,2	32,1	32,7	34,3	33,3	35,2	35,5
DIRD selon le secteur de financement :											
État	%	21,2	22,3	21,3	22,5	20,6	20,5	21,0	22,9	23,5	23,5
Entreprises commerciales	%	55,1	54,4	54,2	52,0	55,4	52,6	53,0	54,3	52,9	53,0
Enseignement supérieur	%	13,5	14,3	15,6	16,2	15,2	14,5	15,9	12,9	14,3	14,5
Organisations privées sans but lucratif	%	2,5	2,4	2,2	2,2	2,3	2,4	3,0	2,9	3,1	3,1
Étranger	%	7,6	6,7	6,7	7,0	6,6	10,1	7,0	6,9	6,3	6,0
Chercheurs affectés à la R-D industrielle	n	22 889	23 244	23 994	23 990	26 091	27 728	29 523	26 063	27 924	..
Brevets de l'USPTO											
Inventions brevetées	n	818	817	805	714	832	726	791	794	1 040	1 087
Brevets d'invention octroyés à des titulaires	n	1 034	1 050	1 041	878	890	751	771	777	775	655
Brevets triadiques	n	197	185	141	134	157	145	127	..	..	..
Publications scientifiques	n	6 962	7 668	8 212	8 787	9 533	9 915	10 253	10 604	10 680	11 117
Utilisation des TIC par les ménages											
Taux de branchement à Internet	%	46,0	48,1	50,0	54,7	59,1	63,6	67,1	71,2	73,3	74,3
Taux de branchement à Internet haute vitesse	%	21,9	26,1	32,1	38,1	46,2	52,4	54,0	60,2	60,3	60,6
Dépenses totales pour les TIC	M$	1 622,2	1 709,2	2 057,1	2 322,1	2 617,4	2 877,2	3 049,4	3 357,7	3 826,3	3 945,0
Exportations manufacturières par niveau technologique											
Haute technologie	M$	17 093	16 740	15 966	16 375	15 230	15 509	15 429	14 132	12 527	12 635
Total manufacturier	M$	63 446	59 519	63 442	65 059	66 765	63 134	63 135	51 327	52 559	56 048
Importations manufacturières par niveau technologique											
Haute technologie	M$	14 796	14 585	15 082	15 921	15 398	16 737	17 010	16 246	15 777	15 444
Total manufacturier	M$	51 024	50 388	53 720	57 339	60 054	62 319	66 422	58 713	61 857	69 122

Sources : R-D : Statistique Canada, Tableau 358-0001 *Dépenses intérieures brutes en recherche et développement, selon le type de science et selon le secteur de financement et le secteur d'exécution*, CANSIM, novembre 2013; Comptes économiques provinciaux et territoriaux, novembre 2011. *Estimations annuelles de la population selon l'âge et le sexe au 1er juillet, Canada, provinces et territoires*, septembre 2013.
Enquête sur la recherche et développement dans l'industrie canadienne, 2009, (compilation spéciale).
Brevets de l'USPTO : United States Patents and Trademark Office (USPTO), données compilées par l'Observatoire des sciences et des technologies (OST).
Brevets triadiques : USPTO et Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), données compilées par l'OST.
Publications scientifiques en SNG : Thomson Reuters©, *Science Citation Index Expanded*™, données compilées par l'OST.
Utilisation des TIC par les ménages : Statistique Canada, *Enquête sur les dépenses des ménages*.
Exportations et importations manufacturières par niveau technologique : Statistique Canada, *Commerce international des marchandises* et Institut de la statistique du Québec.
Compilation : Institut de la statistique du Québec.

Ce bulletin est réalisé par : Marianne Bernier, économiste
marianne.bernier@stat.gouv.qc.ca

Direction des statistiques économiques : Pierre Cauchon, directeur

Ont collaboré à la réalisation : Gabrielle Tardif, mise en page
Esther Frève, révision linguistique
Direction des communications

Pour plus de renseignements : Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2411 ou
1 800 463-4090 (sans frais)
Télécopieur : 418 643-4129

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
1er trimestre 2014

ISSN 1715-6432 (PDF)

© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2005

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique Québec